

نابيتسا

بحث علمي بعنوان:

أثر التسويق عبر مؤثرين إنستغرام على قرارات شراء منتجات الموضة والجمال المستهلكات السعوديات
بمدينة الرياض دراسة ميدانية

بحث مقدم ضمن مشروع تخرج للحصول على درجة بكالوريوس التسويق الرقمي

من كلية الإعلام والتسويق – جامعة ميدأوشن

ي.تريز ع/ي.زي زع كراشملا/ة .

نرجو منكم التكرم بالإجابة عن جميع الأسئلة بكل موضوعية وصدق، علماً بأن تانايبلا عيمج سرية، ولن
تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكرين لكم حسن تعاونكم ووقتكم الثمين.

القسم الأول: البيانات الشخصية

1-العمر

- أقل من 20 سنة
- من 20 إلى أقل من 30 سنة

• من 30 إلى أقل من 40 سنة

• 40 سنة فأكثر

2 - المستوى التعليمي

• ثانوي أو أقل

• دبلوم

• بكالوريوس

• دراسات عليا

3- الدخل الشهري

• أقل من 5000 ريال

• من 5000 إلى أقل من 10,000 ريال

• من 10,000 إلى أقل من 15,000 ريال

القسم الثاني:

1- معدل استخدام Instagram يوميا؟

• أقل من ساعة

• من ساعة إلى أقل من 3 ساعات

• من 3 ساعات إلى أقل من 5 ساعات

• أكثر من 5 ساعات

2- هل تتابعيني مؤثرين الموضة والجمال على Instagram ؟

• نعم

• لا

• القسم الثالث: محاور الاستبانة

معارض	محايد	موافق	رابعاً
☐	☐	☐	أتابع مؤثر الموضة والجمال باستمرار عبر Instagram .
☐	☐	☐	أحرص على مشاهدة المحتوى الذي ينشره لمؤثرون.
☐	☐	☐	أتابع حسابات المؤثرين لمعرفة المنتجات الجديدة.
☐	☐	☐	أثق بالمعلومات التي يقدمها المؤثرون عن المنتجات.
☐	☐	☐	أرى أن محتوى المؤثرين يساعدني بالتعرف على المنتجات.

• القسم الرابع: قرار الشراء

معارض	محايد	موافق	رابعاً
☐	☐	☐	أنا اشتريت منتج بعد مشاهدة إعلان أحد المؤثرين
☐	☐	☐	تؤثر توصيات المؤثرين في قرار شرائي
☐	☐	☐	أشعر بثقة أكبر عن شراء منتج يوصي به مؤثر أتابعه
☐	☐	☐	أفضل شراء المنتجات التي يروج لها المؤثرون
☐	☐	☐	قد أكرر شراء المنتج إذا كانت تجربة المؤثر مقنعة
☐	☐	☐	يؤثر تفاعل الآخرين مع المنشور في قراري

• القسم الخامس : خصائص التسويق عبر المؤثرين

معارض	محايد	موافق	رابعاً
☐	☐	☐	مصادقية المؤثر تؤثر في قراري الشرائي
☐	☐	☐	خبرة المؤثر في مجال الموضة والجمال تزيد من ثقتي

☐	☐	☐	زوجة المحتوى الذي يقدمه المؤثر تؤثر فيه اقتناعي بالمنتج
☐	☐	☐	تفاعل المؤثر مع المتابعين يعزز ثقتي به
☐	☐	☐	أسلوب عرض المنتج يشجعني على الشراء

شكرا لتعاونكم ومشاركتكم في هذه الدراسة .